

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis	1
1.1.2 Latar Belakang Teoretis	4
1.1.3 Tinjauan Konsumen	7
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Riset	12
1.4 Tujuan Riset	12
1.5 Lingkup Riset	13
1.5.1 Model Riset	13
1.5.2 Objek Riset	13
1.5.3 Lokasi Riset	14
1.5.4 Waktu Riset	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar	15
2.1.1 <i>Source Credibility Model</i>	15
2.1.2 <i>Self-Congruence Theory</i>	16

2.1.3 Pengalaman Pemengaruh	17
2.1.4 Sifat Dapat Dipercaya Pemengaruh	18
2.1.5 Daya Tarik Pemengaruh.....	19
2.1.6 Kegunaan Konten Pemengaruh.....	20
2.1.7 Kongruensi Antara Pemengaruh dan Pengikut	21
2.1.8 Perilaku Pembelian.....	22
2.2 Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Pengaruh Pengalaman Pemengaruh pada Perilaku Pembelian	23
2.2.2 Pengaruh Sifat Dapat Dipercaya Pemengaruh pada Perilaku Pembelian.....	24
2.2.3 Pengaruh Daya Tarik Pemengaruh pada Perilaku Pembelian.....	25
2.2.4 Pengaruh Kegunaan Konten Pemengaruh pada Perilaku Pembelian	26
2.2.5 Pengaruh Kongruensi Antara Pemengaruh dan Pengikut sebagai Moderator pada Hubungan Pengalaman Pemengaruh dan Perilaku Pembelian .	27
2.2.6 Pengaruh Kongruensi Antara Pemengaruh dan Pengikut sebagai Moderator pada Hubungan Sifat Dapat Dipercaya Pemengaruh dan Perilaku Pembelian.....	28
2.2.7 Pengaruh Kongruensi Antara Pemengaruh dan Pengikut sebagai Moderator pada Hubungan Daya Tarik Pemengaruh dan Perilaku Pembelian...	29
2.2.8 Pengaruh Kongruensi Antara Pemengaruh dan Pengikut sebagai Moderator pada Hubungan Kegunaan Konten dan Perilaku Pembelian.....	30
2.3 Model Riset	31
BAB III METODE RISET.....	33
3.1 Pendekatan Riset	33
3.2 Definisi Operasional & Pengukuran	34
3.2.1 Pengalaman Pemengaruh	34
3.2.2 Sifat Dapat Dipercaya Pemengaruh	34
3.2.3 Daya Tarik Pemengaruh.....	35
3.2.4 Kegunaan Konten Pemengaruh.....	35

3.2.5 Perilaku Pembelian.....	36
3.2.6 Kongruensi Antara Pemengaruh dan Pengikut	37
3.2.7 Pengukuran.....	37
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	38
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	39
3.3.3 Ukuran Sampel.....	40
3.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner	40
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner.....	41
3.5 Profil Responden.....	42
3.6 Objek Riset.....	45
3.6.1 Pemengaruh Kecantikan Clara Clarissa Rianto	46
3.6.2 Pemengaruh Kecantikan Abel Cantika	48
3.6.3 Pemengaruh Kecantikan Tasya Farasya.....	51
3.7 Metode Pengumpulan Data	53
3.8 Instrumen Riset	54
3.9 Metode Analisis Data.....	54
3.9.1 Metode Analisis SEM-PLS	54
3.9.2 Evaluasi Model Pengukuran	56
3.9.3 Evaluasi Model Struktural.....	58
3.9.4 <i>Goodness of Fit</i>	60
3.9.5 Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV ANALISIS DATA	62
4.1 Kualitas Data Penelitian.....	62
4.1.1 Statistik Deskriptif	62
4.1.2 Matriks Korelasi Antar Variabel.....	63
4.2 Evaluasi Model Pengukuran	64
4.2.1 Uji Reliabilitas	64

4.2.2 Uji Validitas Konvergen	65
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan	67
4.3 Evaluasi Model Struktural	68
4.3.1 <i>R-square</i> (R^2).....	68
4.3.2 <i>f-square</i> (f^2)	69
4.4 Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	70
4.4.1 <i>Standardized Root Mean Residual</i> (SRMR)	70
4.4.2 <i>Normed Fit Index</i> (NFI)	71
4.5 Pengujian Hipotesis.....	71
4.5.1 Hipotesis Satu (H1).....	73
4.5.2 Hipotesis Dua (H2)	75
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3).....	78
4.5.4 Hipotesis Empat (H4).....	81
4.5.5 Hipotesis Lima (H5).....	83
4.5.6 Hipotesis Enam (H6).....	86
4.5.7 Hipotesis Tujuh (H7)	88
4.5.8 Hipotesis Delapan (H8).....	91
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	93
BAB V KESIMPULAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Implikasi Manajerial	102
5.3 Keterbatasan Riset.....	107
5.4 Arahan Riset Mendatang.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	111